

Reputation management: la Scuola Sant'Anna ha partecipato alla giornata studio sul tema organizzata a Tirana dall'Ambasciata d'Italia in Albania



La Scuola Superiore Sant'Anna, rappresentata da [Alberto Pirni](#), docente di Filosofia morale presso l'[Istituto DIRPOLIS](#) (Diritto, Politica, Sviluppo), ha partecipato alla giornata studio "La buona reputazione come acceleratore di business nelle relazioni bilaterali Italia/Albania", organizzata dall'[Ambasciata d'Italia in Albania](#) presso l'[Università della Signora del Buon Consiglio](#) di Tirana.

L'evento ha previsto la partecipazione dei più noti **accademici italiani esperti** in *reputation management* e la presenza di alte cariche del mondo

istituzionale e imprenditoriale albanese, oltre a una qualificata rappresentanza dei vertici di note **aziende italiane**. Il convegno ha rappresentato un approfondimento per analizzare lo stato dell'arte sul tema della **reputazione** e della **gestione delle crisi reputazionali**. In questa prospettiva si sono discusse le più innovative buone prassi in materia, a partire da casi pratici di studio, considerati emblematici della tendenza per piccole e grandi aziende a costruire **"buona reputazione"** per far espandere e affermare il proprio business. In questo quadro, si inserisce l'introduzione storica sul concetto di reputazione di **Alberto Pirni**, dal titolo **"La reputazione come riconoscimento individuale e di gruppo: storia e prospettive"**.

Tra gli altri partecipanti: **Luca Yuri Toselli**, coordinatore, **Ruggero Valentini**, Presidente della Fondazione Nostra Signora del Buon Consiglio, **Bruno Giardina**, Rettore dell'Università Cattolica Nostra Signora del Buon Consiglio, l'Ambasciatore d'Italia in Albania **Fabrizio Bucci**, **Evis Kushi**, Ministra dell'Istruzione e **Delina Ibrahimaj**, Ministra dell'Economia e Finanze, della Repubblica di Albania, **Luca Poma**, docente di Reputation Management presso l'Università LUMSA e il Colonnello **Massimiliano Corsano**, Comandante Nuclei Operativi Ecologici dell'Arma dei Carabinieri.

In copertina: da sinistra, Luca Yuri Toselli, Alberto Pirni, Fabrizio Bucci (Fonte: profilo Facebook [Ambasciata d'Italia a Tirana](#))

La sfida tra Vittoria Lazzari

e Habeii, tra viralità e manipolazione



Terremoto nel mondo degli influencer, scosso da un acceso confronto tra la creator Vittoria Lazzari e il suo ex, noto come Habeii. Il conflitto, seguito con grande interesse dai fan e dalle piattaforme di gossip, ha sollevato importanti interrogativi sull'autenticità delle relazioni tra i creator e sul ruolo delle paparazzate nella loro strategia di visibilità.

Secondo diverse fonti, la disputa tra Vittoria e Habeii non si sarebbe limitata alle consuete frecciate social, ma avrebbe coinvolto amici comuni, che avrebbero orchestrato una serie di paparazzate appositamente dirette a Webboh, una delle più note pagine di gossip che monitora costantemente le vicende degli influencer italiani. Queste paparazzate, seppur apparentemente spontanee, sarebbero state pensate per massimizzare la viralità dei contenuti e aumentare la visibilità di entrambe le parti coinvolte.

Inevitabile la domanda: si tratta di un tentativo di

visibilità da parte degli amici, o piuttosto di una manipolazione delle persone vicine ai protagonisti, mirata a sfruttare la situazione per incrementare la propria esposizione mediatica?

La linea tra realtà e strategia si fa sempre più sottile nel mondo degli influencer. Per alcuni, il ricorso a questi espedienti è una tattica legittima, un modo per mantenere alta l'attenzione del pubblico in un ambiente competitivo dove la visibilità è la moneta più preziosa. Per altri, invece, si tratta di una manipolazione evidente, che sfrutta le relazioni personali per generare engagement e costruire narrazioni che spesso poco hanno a che fare con la verità.

Il coinvolgimento di Webboh, una piattaforma seguitissima tra i giovani, ha amplificato ulteriormente il dibattito. Pagina di riferimento per chi vuole essere aggiornato su ciò che accade nel mondo degli influencer, Webboh è diventata il veicolo attraverso il quale le vicende di Vittoria Lazzari e Habeii sono state diffuse e discusse. La sua influenza è tale che apparire su questa piattaforma può fare la differenza tra l'anonimato e la notorietà.

Ma la questione va oltre la semplice ricerca di visibilità. Coinvolgere amici e persone vicine in queste dinamiche può avere conseguenze più profonde, minando la fiducia e l'autenticità delle relazioni personali. In un ambiente dove ogni gesto può essere interpretato come una mossa strategica, diventa difficile distinguere tra ciò che è reale e ciò che è costruito a tavolino.

L'elefante nella stanza, quando si parla di influencer (giovani, giovanissimi e non) è una verità scomoda per alcuni: la manipolazione non riguarda solo i contenuti, ma può estendersi alle relazioni e alle persone, ridotte a pedine in un gioco più grande. Se da un lato il pubblico si appassiona a queste storie, dall'altro deve fare i conti con il fatto che spesso ciò che vede non è altro che una versione abilmente

confezionata della realtà.

Lo scontro tra Vittoria Lazzari e Habeii, amplificato dalle paparazzate e dalle piattaforme di gossip come Webboh, ci ricorda quanto sia facile cadere nella trappola della manipolazione mediatica. Nel mondo degli influencer, la ricerca di visibilità può spingere a comportamenti discutibili, mettendo in discussione l'autenticità delle relazioni umane e il confine tra verità e finzione.

Elisa Angius e Gabriel Rennis: conflitto social e frecciate online



Le recenti cronache – e gossip – social ci hanno proposto un nuovo episodio di tensione tra celebrità digitali. Elisa Angius, nota influencer, ha pubblicamente attaccato il suo ex, Gabriel Rennis, dopo che una storia su Instagram di quest'ultimo l'ha portata a sentirsi presa in giro. Sebbene

Gabriel abbia negato che il messaggio fosse rivolto a lei, sostenendo che Elisa avesse colto l'occasione per sentirsi coinvolta, la vicenda ha aperto una riflessione più ampia su quanto spesso ci sentiamo colpiti da frecciate o opinioni espresse sui social media e sul ruolo dei social nel gestire conflitti personali.

Nell'era dei social media, è comune sentirsi presi di mira da commenti vaghi o post criptici che sembrano indirizzati proprio a noi. Questa tendenza è alimentata dalla natura pubblica e spesso ambigua delle comunicazioni sui social, dove ogni parola può essere interpretata in mille modi diversi. È facile, in particolare quando si è reduci da una relazione o si sta attraversando un momento di vulnerabilità emotiva, attribuire alle parole degli altri un significato personale che potrebbe non esserci. In casi come quello di Elisa Angius, il sentirsi presi in causa può derivare non solo dalle parole stesse, ma dalle proprie insicurezze e debolezze, che rendono difficile interpretare i messaggi in modo obiettivo.

Il conflitto tra Elisa e Gabriel mette in luce quanto i social media possano amplificare queste sensazioni, trasformando un commento innocuo in una fonte di tensione e conflitto. La natura stessa dei social, dove ogni gesto o parola può essere osservata e giudicata da un vasto pubblico, contribuisce a rendere ogni interazione più carica di significato. Tuttavia, questo modo di gestire i conflitti solleva anche importanti interrogativi sulla maturità emotiva di chi si affida ai social per risolvere o esacerbare le proprie dispute personali.

Discutere di questioni personali tramite social media può infatti essere considerato un comportamento immaturo e poco costruttivo. I social, per loro natura, non offrono il contesto necessario per un dialogo autentico e profondo. Le parole scritte, prive del tono di voce e del linguaggio corporeo, possono facilmente essere fraintese o percepite in modo più aggressivo di quanto inteso. La scelta di affrontare

conflitti personali online piuttosto che di persona può denotare una difficoltà nel gestire le proprie emozioni e nell'affrontare situazioni difficili faccia a faccia.

Questa dinamica è particolarmente rilevante tra i giovani e gli influencer, che spesso si sentono obbligati a condividere ogni aspetto della propria vita – anche i più intimi o controversi – con i follower. Tuttavia, questa esposizione costante può portare a una mancanza di confini tra vita privata e pubblica, complicando ulteriormente la gestione dei rapporti personali. Il caso di Elisa e Gabriel ci ricorda l'importanza di separare i conflitti privati dalla sfera pubblica e di trovare il coraggio di affrontare le proprie difficoltà relazionali direttamente, piuttosto che attraverso lo schermo di uno smartphone.

Il caso Elisa Angius e Gabriel Rennis, insomma, ci offre uno spunto di riflessione sulle dinamiche delle relazioni nell'era digitale. Mentre è facile sentirsi presi in causa da frecciate online, è importante riconoscere quando le nostre insicurezze stanno influenzando la nostra percezione. Allo stesso tempo, è fondamentale ricordare che i social media non sono il luogo ideale per risolvere i conflitti personali. Tornare a un dialogo più autentico, lontano dai riflettori virtuali, può essere la chiave per costruire relazioni più sane e mature.

L'Onu lancia un nuovo allarme per il cambiamento climatico

con il report dell'Intergovernmental Panel on Climate Change

An aerial photograph showing a dense green forest on the right and a dark blue body of water with white rapids on the left. A semi-transparent dark blue rectangle is centered over the image, containing white text.

L'Onu avverte
governi e imprese:
per la transizione
ecologica bisogna
agire subito



Durante la settimana in cui ricorrono le giornate internazionali dell'acqua e delle foreste, L'Onu ci ricorda che il nostro Pianeta ha urgente bisogno di una vera transizione ecologica. Governi e imprese devono capire che è finito il tempo per menzogne e greenwashing.

Confimprese: sostenibilità strategica per il futuro



Al via il Manifesto Confimprese per la sostenibilità nel retail, realizzato in collaborazione con Asvis, per sostenere le imprese associate nello sviluppo di nuovi modelli di business. L'associazione, che lavora dal 2020 sui temi Esg, quest'anno ha stretto accordi con partner importanti tra cui Regione Lombardia, Asvis, promotore del Festival della Sostenibilità di cui Confimprese ha la tutorship, e Sistema Moda Italia.